



Katsomot täyteen ohjelman raportti

1. HANKKEEN NIMI

Katsomot täyteen – keskisuomalaisten urheilutapahtumien kehittämishanke

2. HANKKEEN TOTEUTTAJA

Keski-Suomen Liikunta ry yhteistyössä keskisuomalaisten palloilulajien seurojen kanssa.

3. HANKKEEN YHTEYSHENKIÖ

Keski-Suomen Liikunnassa Jouni Vatanen puh. 050 552 4997, jouni.vatanen@kesli.fi

4. HANKKEEN TAVOITTEET

- * Keskisuomalaisten palloiluseurojen kotiotteluiden katsojamäärät kasvavat
- * Uuden katsojasukupolven luominen – urheilutapahtumia paikan päällä seuraavien määrän kasvattaminen kymmenestä tuhannesta (10.000) kolmeenkymmeneen tuhanteen (30.000)
- * Keskisuomalaiset palloilulajien seurat vahvistavat asemaansa maakunnan vetovoimatekijänä
- * Urheiluseurojen välille kehittyä uutta yhteistyötä

5. HANKKEEN KESTO

Ensimmäinen vaihe 1.1.-31.12.2014. Mahdollinen jatko 1.1. – 31.12.2015

6. HANKKEEN TOIMINTATAPA JA TOTEUTUS

Hankkeen toteuttaminen jakaantui kahteen osaan yhteiset koulutustilaisuudet ja seurojen yhteismarkkinointi.

6.1. YHTEISET KOULUTUSTILAISUUDET

Seuroille järjestettiin kolme yhteistä koulutustilaisuutta.

Tänään ja tulevaisuudessa

Maanantaina 17.3. järjestettiin koulutustilaisuus teemalla Tänään ja tulevaisuudessa. Koulutuksessa valtakunnallisen liikuntajärjestö Valon ennakointijohtaja Juha Heikkala käsitteli mm. seuraavia teemoja: ennakoiva johtaminen ja suunnittelu, trendejä suomalaisessa yhteiskunnassa, arkisia ilmiöitä ja signaaleja sekä niiden vaikutukset urheilutapahtumiin sekä liikuntaan ja urheiluun vaikuttavat keskeiset muutokset. Koulutukseen osallistui 21 henkilöä, jotka edustivat kymmentä eri seuraa.

Kuinka käytän sosiaalista mediaa tuloksellisesti

Maanantaina 31.3. järjestettiin koulutustilaisuus teemalla Kuinka käytän sosiaalista mediaa tuloksellisesti. Koulutuksessa media-alan osaaja Lasse Riitesuo käsitteli mm. seuraavia teemoja: missä sosiaalisen median kanavissa kannattaa olla mukana, sosiaalisen median edut verrattuna perinteisiin markkinointivälineisiin ja esimerkkejä hyvin toteutetuista hankkeista. Koulutukseen osallistui 18 henkilöä, jotka edustivat kahtatoista eri seuraa.

HJK:n markkinoinnin pelikirja

Maanantaina 1.12. järjestettiin koulutustilaisuus teemalla HJK:n markkinoinnin pelikirja. HJK:n markkinointijohtaja Sari Mikkonen-Mannila käsitteli mm. seuraavia teemoja: kuinka saavutat hyvän huomioarvon ja vaikuttavuuden kustannustehokkaasti, kuinka luodaan urheiluseuran markkinointiin systematiikkaa ja millaisista asioista rakentuu hyvä urheilubrändi. Koulutukseen osallistui 29 henkilö, jotka edustivat yhtätoista eri seuraa.

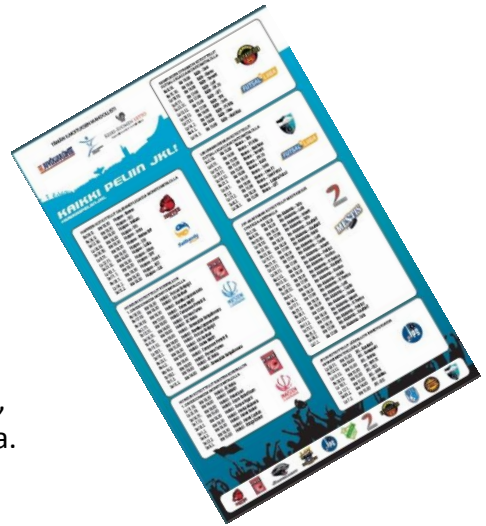
6.2. YHTEISMARKKINOINTI

Seurojen yhteisilmoitukset Suur-Jyväskylän Lehdissä

Keskiviikon 7.5. Suur-Jyväskylän Lehdessä oli koko sivun ilmoitus, jossa oli kaikki kesälajien pelit Jyväskylässä ja keskiviikon 1.10. lehdessä oli ilmoitus, jossa oli kaikki talvilajien pelit Jyväskylässä.

Seurojen yhteinen musiikkivideo

Palloilulajien seurat toteuttivat yhteisen musiikkivideon, jolla esiintyi kaikki 12 hankkeessa mukana olevaa seuraa. Videon tavoitteena on Keski-Suomen laaja palloilulajien tarjonta esille nuoria kiinnostavalla tavalla. Video on kerännyt yli 22.000 katselukertaa.



Kouluvierailut

Seurojen pelaajat tekivät Jyväskylän alakouluille 11 kouluvierailua, joilla tavoitettiin yli 3.600 oppilasta. Kouluvierailuilla tehtiin joukkuelajit tunnetuksi kasvuympäristönä, jossa toimitaan yhteistyössä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi, kannetaan vastuuta omasta tekemisestä ja huomioidaan toiset sekä autetaan kaveria. Lisäksi kouluvierailuilla tehtiin tunnetuksi seurojen monipuolinen ottelutarjonta. Kouluvierailuilla jaettiin vapaakortit seurojen kotiotteluihin, ottelukalenterit ja kotiin vanhemmille vietävä kortti. Kouluille, joille ei tehty kouluvierailua vapaakortit ja ottelukalenterit postitettiin. Vapaakortteja annettiin alakoulujen oppilaille yhteensä 7.000 kpl.

Sosiaalisen median hyödyntäminen

Katsomot täyteen ohjelmalle luotiin yhteinen visuaalinen ilme teemalla Kaikki Peliin Jkl. Lisäksi luotiin yhteiset sosiaalisen median kanavat facebookiin, Twitteriin ja instagramiin. Sen lisäksi että ko. sosiaalisen median kanavissa seurat jakoivat omaa aineistoa niihin tuotettiin myös yhteistä sisältöä.

7. TULOKSET

Tavoite: Keskisuomalaisten palloiluseurojen kotiotteluiden katsojamäärät kasvavat.

Palloilulajien katsojamäärä on riippuvainen monesta tekijästä mm. urheilullinen menestys, kesälajeissa sää, muu urheilutarjonta jne. Kaikki Peliin Jkl ohjelman välitöntä vaikutusta on vaikea arvioida. Ohessa muutamia huomioita.

Saavutetut konkreettiset tulokset

* Salibandyseura Happee teki uuden yhden kauden katsojaennätyksen.

* Futsalın paikallisottelussa Kampuksen Dynamo – Liikunnan Riemu tehtiin uusi yhden ottelun Jyväskylän futsalin yleisöennätys kautta aikojen - 468 katsojaa!

* Jääpallon bandyiliigassa erityisesti kevätkaudella JPS pelasi hyvä tunnelmaisia kotiotteluita runsaslukuisen yleisön edessä!

* Vaikka jääkiekkotarjonta on runsasta Jyp-Akatemia keräsi katsojia ka. 700 Suomen toiseksi suosituimmassa palloilusarjassa jääkiekon Mestiksessä.

* Miesten pesäpallossa Jyväskylän Kiri (ka. 898 katsojaa / peli) ja naisten pesäpallossa Kirittäret (n. 750 / peli) kasvattivat kokonais katsojamääriänsä edelliseen kauteen verrattuna

* Viiden Veikkausliiga kauden jälkeen JJK pelasi kesällä 2014 jalkapallon Ykköstä. Mutta säilytti hyvin yleisömääränsä (ka 1.381 / peli).

Pitävien vertailutietojen saaminen eri lajien katsojamääristä aiempina kausina osoittautui vaikeaksi.

Tavoite: Uuden katsojasukupolven kasvattaminen

Saavutetut konkreettiset tulokset

Syksyn koulukierroksella useat alakoulun oppilaat ilmoittivat aktiivisesti käyttäneensä keväällä saamaansa vapaakorttia ja silmämääräisesti arvioiden lasten ja perheiden määrä on lisääntynyt urheilukatsomoissa.



Tavoite: Keski-suomalaiset palloilulajien seurat vahvistavat asemaansa maakunnan vetovoimatekijänä

Saavutetut konkreettiset tulokset

Hyvä urheilullinen menestys vahvasti Jyväskylän ja Keski-Suomen asemaa vahvana palloilulajien alueena. SM-kultaa Happee, SM-hopeaa JPS ja Kirittäret sekä pudotuspelipaikka Liikunnan Riemu ja Kampuksen Dynamo. Sarjanousu BC Jyväskylä / HoNsU.

Tavoite: Urheiluseurojen välille kehittyä uutta yhteistyötä

Saavutetut konkreettiset tulokset

Kaikki Peliin Jkl ohjelman ensimmäisen vuoden merkittävä tulos on, että kahdentoista (12) etäällä toisistaan toimineen seuran välille on syntynyt uutta yhteistyötä. Eri lajeissa ja seuroissa toimivat henkilöt ovat oppineet tuntemaan paremmin toisensa, yhdessä etsineet ratkaisuja haasteisiin ja vaihtaneet kokemuksiaan asioista, jotka ovat kaikille yhteisiä. Ensimmäisen vuoden aikana on luotu edellytykset tulokselliselle yhteistyölle jatkossa.

8. POHDINTAA, JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA TULEVAISUUDEN SUUNNITELMIA

Ensimmäisenä toimintavuonna on päästy hyvää alkuun ja saatu kokemuksia erilaisista toimenpiteistä sekä niiden vaikuttavuudesta. Yleisömäärien kasvattaminen vaatii useamman vuoden työtä. Pitkä jännitteisen ja määrätietoisen työn merkitys korostuu erityisesti, kun ohjelman alkuvaiheessa seurat yhdessä asettivat tavoitteeksi pysyvien tulosten saavuttamisen eikä pelkästään yksittäisten pelien markkinoinnin. Mediakentän sirpaloituessa on kasvanut tarve koota eri seurojen ja lajien viestintää yhteen sekä auttaa rajallisilla resursseilla toimivia seuroja sisällön tuottamisessa. Tulevaisuuden tavoitteena on, että Keski-Suomessa toimii paikallisesti ja alueellisesti kiinnostava urheilumedia, jonka sisältö tuotetaan laadukkaasti ja seurojen markkinointia auttavalla tavalla.



Jyväskylässä 19.12.2014

Keski-Suomen Liikunta

Petri Lehtoranta
aluejohtaja